

# ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО: КУЛЬТУРНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ

## ЯЗЫКОВАЯ СТИЛИСТИКА РЕГИОНАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В РАМКАХ РЕЧЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ПОСЛЕДНЕГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ

Г.Л. Арсентьева,

кандидат филологических наук, старший преподаватель  
Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия)

E-mail: leo2411@mail.ru

**Аннотация.** Статья посвящена развитию современного регионального радио. В ней рассматривается взаимодействие радиовещания и общества в языковом и стилистическом аспектах. Отдельное внимание уделяется роли радиоведущего в этом процессе, показывается, насколько важно журналисту, ведущему, ди-джею соблюдать нормы и правила русского языка. Автор статьи выделяет речевые особенности радиоведущих Татарстана, приводит примеры из эфира местных радиостанций.

**Ключевые слова:** радиовещание, стилистика, речь, региональная радиостанция, русский язык.

**Summary.** The article is devoted to the development of modern regional radio. It examines the interaction between broadcasting and society in linguistic and stylistic aspects. Special attention is paid to the role of radio in the process, article shows how important it is for a journalist, presenter, Dj to follow the norms and rules of the Russian language. The author provides the linguistic peculiarities of Tatarstan's radio presenters, gives examples from the programmes of local radio stations.

**Keywords:** broadcasting, stylistics, speech, regional radio station, Russian language.

Язык, как система, находящаяся в постоянном движении, сложно поддается детальному изучению, и настоящие видоизменения, способные отразить объективную картину этого движения, можно констатировать лишь спустя достаточно широкие временные отрезки. В рамках изучения языковой системы современных средств массовой информации мы ограничиваемся рамками десятилетия, как оптимальной, на наш взгляд, временной единицы, способной охарактеризовать тенденции изменения языка.

О региональном радио можно говорить как об уникальном и достаточно своеобразном явлении в многоуровневой структуре отечественных СМИ. Его языковая стилистика способна, с одной стороны, влиять на закрепление или, напротив, нивелирование вновь возникающих речевых тенденций, с другой,

способна отражать эти тенденции, т.к. радио является аудиальным СМИ, и речь здесь играет первостепенную роль.

Определенно, контрольную группу речевых явлений на региональном радио могут составлять не только региональные и местные радиостанции, вещающие исключительно в регионах и отдельных городах / поселениях, но и местные включения сетевых радиостанций. Во-первых, ведущие (ди-джеи) во время сетевых включений продолжают находиться в группе местных специалистов и являются носителями микрокультуры; во-вторых, регионы и города «включаются» в один из периодов праймового тайм-слота в стабильно высокорейтинговых интерактивных программах, сделанных по типу программ приветов. Таким образом, мы имеем достаточно обширный материал для изучения: программы местного и регионального радио, а также местные включения сетевых радиостанций.

На языковую динамику региональных радиопрограмм влияние оказывают несколько факторов, основным из которых мы считаем видоизменение системы радиовещания в сторону коммерциализации. Именно она внесла существенные коррективы в части типологизации и форматирования радиоэфира. К примеру, сегодня в столице Татарстана Казани имеется более тридцати радиостанций, вещающих в FM-диапазоне. Из них не более пятой части – радиостанции, учредителями которых является государство, остальные базируются на коммерческой или полукommerческой основе, а, значит, выживают благодаря рекламе и выстраивают эфирную политику в соответствии с интересами рекламодателей.

К слову, именно рекламодатели в конце двадцатых годов прошлого века проявили инициативу проведения замеров и качества аудитории. В конце 1929 года Арчибальд Кросли издал отчет «Рекламодатель обращается к радио», содержащий итоги опросов 31 тыс. человек. Это были данные о потенциальной радиоаудитории и приоритетных типах программ; приводилось распределение аудитории по времени, географической стратификации и т.д. Сегодня рейтинговый показатель для радио называется AQH (Average Quarter Hour) – средний рейтинг за четверть часа [1, с. 205-206].

Итак, эфирная политика коммерческих региональных радиостанций выстраивается в соответствии с интересами рекламодателей. Те, в свою очередь, активно следят за рейтингами и целевой аудиторией, что ставит радиостанции в положение рыночной единицы, зависимой от спроса; поэтому сегодня мы наблюдаем максимальную коммерциализацию эфира, почти на сто процентов выполняющего рекреационные функции 24 часа в сутки. Коммерческий региональный эфир чаще всего музыкальный, интерактивный, развлекательный, что приводит к общему снижению употребляемой лексики, высокой эмоциональной окраске речи, стремительному темпу речи.

Такой аспект радиовещания, как деление радиостанций на типы (музыкальный или информационный) влияет на подбор ведущих эфира. Музыкальные коммерческие радиоканалы, как отмечается в учебнике «Радиожурналистика» под редакцией профессора А.А.Шереля, в основном ориентируются на

довольно молодого, энергичного слушателя, поэтому и основной контингент ведущих-ди-джеев и ведущих новостей – молодые люди от 20 до 30 лет (примерного того же возраста или чуть старше основной аудитории), хорошо разбирающиеся в музыкальных стилях и направлениях, знающие английский язык (т.к. большинство музыкальных хитов – англоязычные композиции), энергичные, веселые, остроумные, способные увлечь слушателей. Далее в учебнике отмечается, что информационные радиостанции предпочитают «видеть» в своей эфирной студии не слишком молодых, интеллигентных, эрудированных ведущих, с богатым жизненным опытом, умеющих быть интересными собеседниками как для молодого, так и для более взрослого слушателя, интересующегося прежде всего событиями в стране и за рубежом, стремящегося постоянно быть в курсе всех новостей [2, с. 309]. Заметим, что здесь не упоминается формат радиостанций, в зависимости от которого на некоторых музыкальных радиостанциях Казани и Татарстана в эфир выходят ведущие более солидного возраста.

В радиоэфире появилась и закрепилась речевая небрежность, речевая поверхностность, которые, на наш взгляд, сегодня лидируют в употреблении русского языка в общественно-бытовых ситуациях. Этому (появлению в радиоэфире речевой небрежности) способствует характер радиопрограмм, непосредственно связанных с форматом и типом радиовещания. (Что касается последних двух категорий, то следует пояснить, что теоретики по-разному их трактуют, но мы пользуемся следующей градацией: тип радиовещания – это деление радиостанций на информационные либо музыкальные с преобладанием, соответственно, речи или музыки в эфире, а формат – это стиль музыкальных радиопрограмм, удовлетворяющий вкусы определенной целевой аудитории). Очевиден перевес в современном радиоэфире в сторону программ музыкальных и развлекательных. Там, где звучит электронная музыка с узкостилистической аранжировкой, звучат молодые голоса. Там, где музыка рассчитана на аудиторию средней и старшей возрастных групп, в эфир выходят ведущие более опытные, но развлекательный характер передач оставляет общую речевую направленность на том же уровне. Это значит, что в эфир проходят неологизмы, англицизмы, новообразованные морфемным способом слова, бытовая сниженная лексика, темп речи неровный, речь эмоционально окрашена, чаще всего, в положительном ключе, допускаются множественные речевые погрешности и ошибки, в том числе, логические: тавтология, ошибки в согласовании, в употреблении падежей числительных и т.д. Теоретики, изучающие область радиожурналистики, полагают, что ведущему полезно знать язык, на котором общаются его потенциальные слушатели, их слэнговые слова (жаргон) – не для того, чтобы пользоваться ими в эфире, а чтобы хотя бы понимать позвонивших в эфир молодых людей [2, с. 310]. Однако все же зафиксированы факты проникновения молодежного слэнга в региональный радиоэфир. К примеру, в одном из ночных эфиров русскоязычной казанской радиостанции «Миллениум» ведущий за 15 минут произнес несколько слов-англицизмов, не считая названия групп, исполнителей и композиций: тэк, хаус, вайб, бэд; использовал слова,

принадлежащие к группе молодежного арг (сленговые слова) и другую сниженную лексику: чумовой, давненько, парни, растанцевать; были использованы эмоционально окрашенные лексические единицы: отменнейший; шаблоны радиоречи: позитивная энергетика. При этом общее впечатление от ведения осталось весьма положительным: голос ведущего ровный, дикция четкая, тембр приятный, интонации лишены региональной языковой окраски, что, в целом, говорит о высоком языковом и стилистическом уровне ведения программы. Или, к примеру, в одном из утренних эфиров казанского БИМ-радио «Жизнь удалась!» в одной из игровых рубрик прозвучала фраза (обращение одного ведущего к другому): «Ты на этих вопросах с подвохом уже палец набил» – здесь неверно употреблен фразеологический оборот «набить руку» (есть еще фразеологизм «высосанный из пальца»); одна из причин ошибок в устойчивых словосочетаниях в темпе прямого эфира, в постоянной импровизации.

Говоря о ведущих регионального радиозэфира, нельзя не коснуться эффекта персонализации радио: ведущий как лицо радиостанции и ведущий для каждого слушателя в отдельности. Ведущий является основным носителем радиоречи, которая, с одной стороны, выступает как проявление личности, с другой, как отражение системы, т.е. идет своеобразный речевой взаимообмен между радиозэфиром и обществом. В рамках этого взаимообмена особый интерес в области изучения языковой стилистики регионального радиозэфира представляют интерактивные программы, где помимо ведущего в прямом эфире звучат «неподготовленные» голоса радиослушателей. Изучение этого вопроса тесно связано с выявлением портрета реальной аудитории радио и затрагивает область психолингвистики. Ученые относят аудиторию, ее общий и профессиональный уровень и конкретную настроенность к восприятию в данный момент к объективным факторам, формирующим структуру эфирного выступления [3, с. 39].

Если говорить о языковой стилистике регионального радиовещания в контексте общих речевых тенденций, то будет целесообразно поделить их условно на бытовые и профессиональные. Под бытовыми речевыми тенденциями мы понимаем общее направление в использовании русского языка в социально-бытовых ситуациях и их перенос (с последующим закреплением) в радиозэфир; профессиональные речевые тенденции касаются изменений в подходе к радиоречи со стороны профессионалов, иначе говоря, это употребление языка с использованием речевых новшеств, негласно закрепленных внутри профессионального сообщества. Как правило, последняя группа тенденций касается произношения отдельных слов, в том числе, ударений, а также употребление слов и выражений в одних и тех же речевых оборотах / смысловых ситуациях (часто ошибочно): пресса (через [э]); обеспече́ние; пята́ста; а воз и ныне там; оставляет желать лучшего; вызывать общественный резонанс; данные из сети Интернет и т.д.

В рамках одного эфира каждой конкретной радиостанции происходит четкое речевое разграничение программ развлекательных и информационных. Это не противоречит, а, напротив, соответствует стилистической основе разнохарактерных передач: лексический набор, интонационная картина, композиция

текста, темп и ритм речи – все это соответствует характеру / жанру передачи. Но если говорить о восприятии аудиторией, то тут может возникнуть иллюзия со стороны последней в общей «серьезности» и «речевой правильности» информационных программ, т.к. на другой чаше весов передачи развлекательные, «несерьезные», что выделяет новости как безусловный эталон. В действительности нередко отмечаются ситуации, когда общее соответствие речи ведущего основного эфира или интерактива на порядок выше, чем соответствие подготовки ведущего новостей статусу информационной программы. Во-первых, речевая плотность в новостях выше, чем в развлекательных передачах, которые разбавляются смехом, гезитационными паузами, музыкой и джинглами, во-вторых, стилистика развлекательных радиопрограмм почти всегда соответствует социально-бытовой речи, характерной для общества в единицу времени; новости в этом отношении выходят за рамки разговорности и требуют от ведущего знания публицистического стиля. Объективно, функции ведущего не совпадают с функциями комментатора и обозревателя [3, с. 52].

Подводя итог, добавим, что речевые тенденции в обществе многовекторны и касаются нескольких направлений, среди которых: употребление лексики, в том числе заимствованной, неологизмов; движение интонационной картины речи; изменения в области стилистики и орфоэпии; активное использование речевых клише. Среди речевых тенденций, влияющих на языковую стилистику регионального, в данном случае, татарстанского радиовещания, выделяется закрепление билингвизма как языкового взаимопроникновения в качестве речевой нормы. Это не только особенности в произношении – в этой связи следует отметить как произношение отдельных слов, так и произношение, особенно интонацию, фраз и предложений. Это возникновение заимствований, значение которых понятно всем представителям общества: алга, айда, без булдырабыз и другие слова и выражения свободно используются в речи татарстанских радиоведущих. Именно поэтому мы выделили региональный радиоэфир в отдельную область изучения радиоречи, т.к. каждый регион огромной страны имеет свой неповторимый речевой оттенок. Татарстан в этом отношении не исключение.

### **Литература**

1. Zubok A.S. Телевизионный бизнес. М. : АНО «Школа издательского и медиа бизнеса», 2012. 560 с. : ил., таб. ISBN 978-5-4160-0019-6 (ШКИМБ).
2. Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. 3-е изд., испр. И доп. М.: Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. 480 с. (Классический университетский учебник). – ISBN 5-211-04836-9. – ISBN 5-02-033906-7.
3. Мастерство эфирного выступления: Учеб. пособие / Б.Д. Гаймакова, С.К. Макарова, В.И. Новикова, М.П. Оссовская. М.: Аспект Пресс, 2004. 283 с. (Серия «Телевизионный мастер-класс»). ISBN 5-7567-0338-1.